

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN DALAM PEMBELIAN DI TOKO KONVENSIONAL ATAU *ON-LINE* UNTUK PRODUK ELEKTRONIK



**DISUSUN OLEH:
VALENTINO ADITYA WIBOWO
NRP: 5303015066**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan skripsi dengan judul **“ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN DALAM PEMBELIAN DI TOKO KONVENSIONAL ATAU ON-LINE UNTUK PRODUK ELEKTRONIK”** ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya, kecuali dinyatakan dalam teks. Seandainya diketahui bahwa laporan skripsi ini ternyata merupakan hasil karya orang lain, maka saya sadar dan menerima konsekuensi bahwa laporan skripsi ini tidak saya gunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik.

Surabaya, 25 Januari 2019

Mahasiswa yang bersangkutan,



Valentino Aditya Wibowo

NRP. 5303015066

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN DALAM PEMBELIAN DI TOKO KONVENSIIONAL ATAU *ON-LINE* UNTUK PRODUK ELEKTRONIK” yang disusun oleh mahasiswa:

Nama : Valentino Aditya Wibowo

Nomor pokok : 5303015066

Tanggal ujian : 16 Januari 2019

Dinyatakan telah memenuhi sebagian persyaratan kurikulum Jurusan Teknik Industri guna memperoleh gelar Sarjana Teknik bidang Teknik Industri.


Surabaya, 25 Januari 2019

Ketua Dewan Penguji,


Ig. Joko Mulyono, S.T.P., M.T., IPM.

NIK. 531.98.0325

Wakil Dekan Fakultas Teknik


Wakil Dekan


Teguh S. Santaredjo, Ph.D., IPM.

NIK. 521.99.0391

Ketua Jurusan Teknik Industri


Ig. Joko Mulyono, S.T.P., M.T., IPM.

NIK. 531.98.0325

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN DALAM PEMBELIAN DI TOKO KOVENSIONAL ATAU *ON-LINE* UNTUK PRODUK ELEKTRONIK" yang disusun oleh mahasiswa:

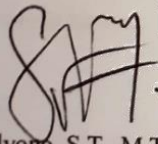
Nama : Valentino Aditya Wibowo
Nomor pokok : 5303015066
Tanggal ujian : 16 Januari 2019

Dinyatakan telah memenuhi sebagian persyaratan kurikulum Jurusan Teknik Industri guna memperoleh gelar Sarjana Teknik bidang Teknik Industri.

Surabaya, 25 Januari 2019

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Julius Mulyono, S.T., M.T., IPM.

NIK. 531.97.0299



Martinus Edy S., S.T., M.T., IPM.

NIK. 531.98.0305

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Nama : Valentino Aditya Wibowo

NRP : 5303015066

Menyetujui skripsi / karya ilmiah saya dengan judul "**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN DALAM PEMBELIAN DI TOKO KOVENSIONAL ATAU *ON-LINE* UNTUK PRODUK ELEKTRONIK**" untuk dipublikasikan / ditampilkan di internet atau media lainnya (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 25 Januari 2019

Mahasiswa yang bersangkutan,



Valentino Aditya Wibowo

NRP. 5303015066

PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Valentino Aditya Wibowo
Nomor Pokok : 5303015066
Jurusan : Teknik Industri
Alamat Tetap/Asal : Perumahan Meri Blok D2 no. 8, Mojokerto
No. Telepon : 087751672837
Judul Skripsi : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas
Pelanggan Dalam Pembelian Di Toko Konvensional
Atau *On-Line*

Tanggal Ujian (ulus) : 16 Januari 2019

Nama Pembimbing I : Julius Mulyono, S.T., M.T., IPM.

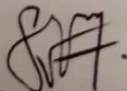
Nama Pembimbing II : Martinus Edy Sianto, S.T., M.T., IPM

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya adalah hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil suatu plagiat. Apabila suatu saat dalam skripsi saya tersebut ditemukan hasil plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademis terhadap karir saya, seperti pembatalan gelar dari fakultas, dll.
2. Skripsi saya boleh digandakan dalam bentuk apapun oleh pihak Fakultas Teknik Unika Widya Mandala Surabaya sesuai dengan kebutuhan, demi untuk pengembangan ilmu pengetahuan selama penulisan pengarang tetap dicantumkan.
3. Saya telah mengumpulkan laporan skripsi saya tersebut (pada jurusan dan fakultas) dalam bentuk buku maupun data elektronik/cd tersebut, saya bersedia memperbaikinya sampai dengan tuntas.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya, tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Mengetahui/Menyetujui
Pembimbing I



Julius Mulyono, S.T., M.T., IPM.
NIK. 531.97.0299

Surabaya, 25 Januari 2019
Yang membuat pernyataan



Valentino Aditya Wibowo
NRP. 5303015066

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN DALAM PEMBELIAN DI TOKO KOVENSIONAL ATAU *ON-LINE* UNTUK PRODUK ELEKTRONIK” dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi/karya ilmiah ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi dalam Jurusan Teknik Industri.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bantuan dan peran serta dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan baik secara moril maupun secara materil dan bimbingan yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Melalui kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan ramat dan karunia-Nya kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi.
2. Orang tua dan saudara dari penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak Ir. Suryadi Ismadji, M.T., Phd selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Ig. Joko Mulyono, STP., M.T, IPM. selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

5. Bapak Julius Mulyono, ST., MT., IPM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar memberikan banyak bantuan, dukungan, bimbingan, memperhatikan dan mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
6. Bapak Martinus Edy S., ST., MT., IPM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar memberikan banyak bantuan, dukungan, bimbingan, memperhatikan dan mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
7. Seluruh dosen teknik industri yang telah banyak membimbing dan memberikan ilmu kepada penulis selama masa kuliah.
8. Natasha Eunike Laubianto, Anita Utomo, Celine Christina, David Hans, Kho Raynanda, Franky Hanjaya dan Brahma Krisna yang mau menemani saya dalam mengerjakan skripsi ini siang dan malam.
9. Teman-teman Teknik Industri khususnya angkatan 2015 yang telah memberikan bantuannya selama penulisan skripsi ini. Dan juga grup-grup yang telah mau mengajak saya bergabung.
10. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan, yang telah membantu dan memberikan semangat serta doa dalam penyusunan skripsi ini.

Surabaya, 24 Januari 2019

Hormat kami,

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pernyataan	ii
Lembar Pengesahan	iii
Lembar Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah	v
Pernyataan Skripsi	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Abstrak	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Masalah	3
1.5 Sistematika Penulisan	3
BAB II : LANDASAN TEORI	5
2.1 Loyalitas Konsumen	5
2.1.1 Karakteristik Loyalitas Konsumen	6
2.1.2 Tingkatan Loyalitas Konsumen	7
2.1.3 Menciptakan Loyalitas Pelanggan	10
2.1.4 Keuntungan-Keuntungan dari Loyalitas Konsumen	11
2.1.5 Faktor-Faktor Loyalitas	13
2.2 Definisi <i>Online Shop</i>	14
2.3 Teknik Sampling	17

2.4 Uji Validitas	18
2.5 Uji Reliabilitas	20
2.6 Analisa Deskriptif	22
2.7 Analisa <i>Cluster</i>	23
2.8 Analisa Faktor	24
2.9 Analisa Diskriminan	27
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Penentuan Populasi, Sampel dan Metode Sampling	31
3.2 Melakukan Pra-riset	31
3.2.1 Penyusunan Pra-Kuesioner	31
3.2.2 Penyebaran Pra-Kuesioner	32
3.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Pra-Kuesioner	32
3.4 Penyebaran Kuesioner	32
3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kuesioner	33
3.6 Pengolahan Data	33
3.7 Analisa Data	33
3.8 Kesimpulan dan Saran	34
BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	35
4.1 Pengumpulan Data	35
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	35
4.2.1 Uji Validitas Kuesioner	36
4.2.2 Uji Reliabilitas Kuesioner.....	36
4.3 Profil Responden	37
4.3.1 Jenis Kelamin	37
4.3.2 Usia	38
4.3.3 Pekerjaan	38
4.3.4 Pendapatan	39
4.3.5 Lama Akses Internet.....	40

4.3.6 Kebiasaan Akses Internet	40
4.3.7 Frekuensi Pembelian Elektronik	41
4.3.8 Pembelian Elektronik secara <i>Online</i>	42
4.3.9 Profil Responden yang Pernah Belanja Produk Elektronik	
Secara <i>Online</i>	42
4.3.9.1 Produk Elektronik Yang Dibeli	43
4.3.9.2 Tempat Pembelian Produk Elektronik	43
4.3.9.3 Dana Yang Dikeluarkan	44
4.3.10 Profil Responden yang Tidak Pernah Belanja Produk	
Elektronik Secara <i>Online</i>	45
4.3.10.1 Alasan Tidak Membeli Secara <i>Online</i>	45
4.3.10.2 Dana Yang Dikeluarkan Untuk Pembelian	
Elektronik di Toko Konvensional	46
4.4 Analisa Faktor	47
4.5 Analisa <i>Cluster</i>	49
4.6 Analisa Diskriminan	51
BAB V : ANALISA DATA	54
5.1 Analisa Profil Responden	54
5.1.1 Analisa Profil Responden yang Pernah Transaksi	
Produk Elektronik Secara <i>Online</i>	54
5.1.2 Analisa Profil Responden yang Belum Pernah Transaksi	
Produk Elektronik Secara <i>Online</i>	54
5.2 Analisa Faktor	55
5.3 Analisa <i>Cluster</i>	56
5.4 Analisa Diskriminan	58
5.5 Analisa Tingkat Loyalitas	59
BAB VI : PENUTUP	60

6.1 Kesimpulan	60
6.2 Saran	60
Daftar Pustaka	61
Lampiran	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Jumlah Sampel Yang Digunakan Dalam Studi	
Riset Pemasaran	17
Tabel 4.1 <i>Reliability Statistic for Loyalitas Pelanggan</i>	36
Tabel 4.2 <i>Reliability Statistic for Tingkat Loyalitas</i>	37
Tabel 4.3 <i>KMO and Bartlett's Test</i>	47
Tabel 4.4 <i>Anti Image Matrices</i>	48
Tabel 4.5 <i>Rotated Component Matrix</i>	49
Tabel 4.6 <i>Descriptive Statistics</i>	50
Tabel 4.7 <i>Final Cluster Centers</i>	50
Tabel 4.7 <i>Final Cluster Centers</i> (lanjutan)	51
Tabel 4.8 <i>Test of Equality of Group Means</i>	52
Tabel 4.9 <i>Test Result for Box's M</i>	52
Tabel 4.10 Variabel yang Tidak Ikut Dianalisa	53
Tabel 5.1 Analisa Faktor	55
Tabel 5.2 Tafsiran <i>Cluster</i>	57
Tabel 5.3 <i>Canonical Discriminant Function Coefficients</i>	58
Tabel 5.4 <i>Functions at Group Centroids</i>	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	30
Gambar 4.1 <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	37
Gambar 4.2 <i>Pie Chart</i> Usia	38
Gambar 4.3 <i>Pie Chart</i> Pekerjaan	39
Gambar 4.4 <i>Pie Chart</i> Pendapatan	39
Gambar 4.5 <i>Pie Chart</i> Lama Akses Internet	40
Gambar 4.6 <i>Pie Chart</i> Kebiasaan Akses Internet.....	41
Gambar 4.7 <i>Pie Chart</i> Frekuensi Pembelian Elektronik	41
Gambar 4.8 <i>Pie Chart</i> Pembelian Elektronik secara <i>Online</i>	42
Gambar 4.9 Diagram Batang Produk Elektronik Yang Dibeli	43
Gambar 4.10 Diagram Batang Tempat Pembelian Produk Elektronik ...	44
Gambar 4.11 Diagram Batang Dana Yang Dikeluarkan	45
Gambar 4.12 Diagram Batang Alasan Tidak Membeli Secara <i>Online</i>	46
Gambar 4.13 Dana Yang Dikeluarkan untuk Toko Konvensional.....	47

ABSTRAK

Perkembangan bisnis *e-commerce* di Indonesia sendiri sangatlah cepat. Munculnya berbagai *platform* belanja *online* di Indonesia menjadi salah satu contoh perjalanan perkembangan bisnis *e-commerce*. Produk elektronik masuk kedalam 10 kategori barang yang paling populer dibeli secara *online* menurut *Financial Times* tahun 2017. Ketertarikan pelanggan untuk membeli produk elektronik secara *online* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, mengingat harga produk elektronik tidaklah murah. Faktor-faktor tersebut harus diperhatikan para pemilik toko elektronik *online* maupun konvensional agar dapat mempertahankan bahkan menambah loyalitas pelanggan mereka, karena loyalitas pelanggan merupakan ukuran yang dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan. Dari total 200 responden yang berada di Surabaya, didapatkan 3 faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu faktor kualitas dan promo produk, faktor performa toko dan faktor saran dari orang lain. Dari hasil *cluster* terbentuk 2 *cluster*. *Cluster* pertama dinamai *cluster* senang belanja elektronik secara *online* dan *cluster* kedua dinamai *cluster* senang belanja elektronik secara *offline*. Berdasarkan analisis diskriminan, variabel promo yang disediakan toko *online* dan kemudahan dalam melakukan transaksi secara *online* merupakan variabel yang menjadi pembeda dari kedua *cluster*. Tingkat loyalitas pelanggan dapat dikategorikan sebagai pelanggan yang loyal karena sebanyak 65,5% responden merupakan pelanggan yang loyal dan 34,5% responden merupakan pelanggan yang tidak loyal.

Kata kunci : *E-Commerce*, Elektronik, Loyalitas Pelanggan, Toko *Online*, Toko Konvensional, *Cluster*, Faktor, Diskriminan, Tingkat Loyalitas.